

Quarterly issued by Yamaha

# Chantey

1996 No. 77

ENGLISH/FRENCH VERSION

NEWSLETTER FOR YAMAHA MARINE DEALERS

Chantey Special

Products for the world's largest backyard



This issue's cover: The Canadian Market

# Products for the world's largest backyard

## - The Canadian market

**T**he name Canada is thought to be derived from Kanata, a Native Canadian word meaning "village" or "community". This name is very appropriate when the true breadth of the country and its relatively clustered population is considered.

Canada is the largest country in the world with just under 10 million sq. km (3.8 million sq. mi.) of land mass. Stretching 5,000 km (3,000 mi.) from the east to west it is so wide that seven time zones lie within its borders. The northernmost point extends 1,850 km (1,150 mi.) north of the Arctic Circle while in the south it dips to levels equivalent to northern California, Rome or the southern tip of Hokkaido. With a population just under 30 million people Canada has one of the lowest population densities in the world.

Because of the natural beauty within which we live, Canadians have always been active participants in outdoor activities. These activities very often include the use of Yamaha products. If ever a country and company were meant for one another it was Yamaha and Canada. With Yamaha's wide range of quality outdoor recreational equipment and the "world's largest backyard" to play in, the love affair between Canadians and Yamaha was destined to be.



A fly-in floating fishing camp. Camp de pêche flottant par hydravion

# Des produits pour la plus grande contrée du monde

## - Le marché canadien

**L**e nom Canada dériverait du terme Kanata, un mot autochtone signifiant "village" ou "communauté". Ce nom est bien adapté si l'on prend en compte les dimensions gigantesques du pays et sa population relativement regroupée. Avec un peu moins de 10 millions de km<sup>2</sup> (3,8 millions sq. mi.) de superficie terrestre, le Canada est le plus grand pays du monde. Mesurant 5.000 km (3.000 mi.) d'est en ouest, sa largeur est telle qu'il s'étend sur sept fuseaux horaires. Sa pointe septentrionale se situe à 1.850 km (1.150 mi.) au nord du Cercle Arctique, tandis qu'au sud, sa frontière descend à une latitude équivalente au nord de la Californie, à Rome ou à la pointe sud du Hokkaido au Japon. Comptant un peu moins de 30 millions d'habitants, le Canada a une densité démographique parmi les plus faibles du monde.

Du fait de la beauté naturelle dont ils vivent entourés, les Canadiens ont toujours participé activement à des activités au grand air, qui supposent souvent l'emploi de produits Yamaha. Si jamais un pays et une entreprise ont été faits l'un pour l'autre, c'était bien le Canada et Yamaha. Avec une large gamme d'équipements récréatifs de qualité pour l'extérieur et "la plus grande contrée" du monde pour les utiliser, Canadiens et Yamaha étaient prédestinés pour s'aimer.

## Product usage

With three quarters of a million square kilometers of inland waterways and coastal waters of the Atlantic, Pacific and Arctic Oceans, the range of uses for Yamaha products is highly varied. Yamaha marine products are also required to face some of the most extreme climate and water conditions in the world. Because of these extreme conditions, it is imperative that the outboards and Water Vehicles be dependable and reliable. Canadians demand marine products which will provide them with years of uninterrupted service, and yet are able to fulfill their own specific needs, as varied as those needs may be. All this necessitates a product mix which is able to fulfill a wide range of applications.

Canada is world renowned for its commercial and recreational fishing. Yamaha products enjoy a strong reputation among this segment of the buying public. The rugged dependability and technologically advanced design of the Salt Water Series outboards makes them the choice of serious offshore users, whose life and livelihood often depends on the performance of their outboard.

Recreational fishermen also have a very strong affinity for Yamaha products. From the all-out performance of the Pro Series to the incredibly smooth four-stroke outboards, Yamaha's products are highly regarded among recreation anglers. The jet outboards provide a mode of reliable

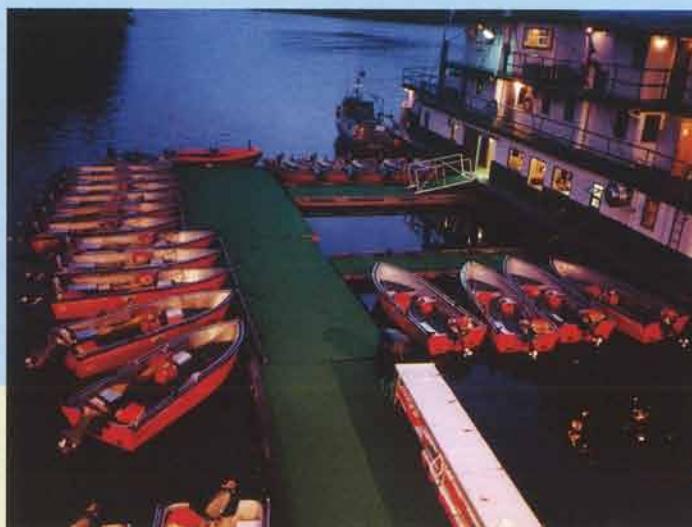
power to those anglers whose passion drive them up the shallow, raging rivers of the Canadian west coast which contain the trophy fish so sought after.

The Enduro Series is a welcome addition for commercial users who demand a combination of rugged dependability and economical pricing in a package which works as hard as they do.

Sailboats have always been a prominent part of the Canadian recreational boating industry while deck boats are quickly becoming a mainstay among recreational users. These two very divergent types of boats share one thing in common, they prize Yamaha's midsized high thrust and four-stroke outboards for their quiet economical and effortless performance.

During recent years there has been a definite trend of emergency services, the Coast Guard and regional police marine patrols purchasing Yamaha outboards because of their incredibly strong reputation. They have been opting to spend a little more for the Yamaha products because of the real savings they generate over the years in reduced repairs and down time. More importantly, with Yamaha they know that in an emergency situation the last thing they will have to worry about is their outboard.

Water Vehicles and the emerging Jet Boat market are perhaps the fastest growing segments of the industry. They appeal to the adventurous nature of Canadians. Recreational users and the local media recognize Yamaha's Water Vehicles as the best in the world. However the premium prices that



*Langara Fishing Lodge - Queen Charlotte Islands, British Columbia  
Pavillon de pêche Langara - Iles de la Reine Charlotte, Colombie Britannique*

*Yamahas are hard at work in the Canadian commercial fishing industry.  
Yamaha au travail dans l'industrie canadienne de la pêche commerciale.*



## Emploi des produits

Avec 750.000 kilomètres de voies d'eau intérieures et les régions côtières des Océans Atlantique, Pacifique et Arctique, l'éventail des applications est extrêmement varié pour les produits nautiques de Yamaha. Ceux-ci doivent d'ailleurs y affronter des situations climatiques et aquatiques parmi les plus sévères du monde.

Du fait de ces conditions extrêmes, il est essentiel que les hors-bords et autres véhicules nautiques soient sûrs et fiables. Les Canadiens exigent des équipements marins qui leur donneront des années de service ininterrompu et cependant capables de répondre à leurs besoins particuliers, aussi variés soient-ils. Des exigences qui nécessitent une gamme de produits, à même de convenir à un large éventail d'applications.

Le Canada est réputé pour ses pêches commerciales et récréatives. Parmi les clients dans ces domaines, les produits Yamaha jouissent d'une solide réputation. Par leur robuste fiabilité et leur design avancé sur le plan technique, les Séries de hors-bords Salt Water sont le choix des utilisateurs rigoureux dont la vie et le gagne-pain dépendent souvent des performances de leur hors-bord. Dans le cas de la pêche sportive aussi, l'affinité aux produits Yamaha s'avère

très forte. Des performances d'ensemble de la Série Pro aux hors-bords quatre-temps incroyablement doux, les produits Yamaha sont hautement considérés parmi les pêcheurs amateurs. Les jet hors-bords procurent un mode de déplacement fiable aux pêcheurs, dont la passion les emmène sur les rivières furieuses de la côte ouest du Canada qui recèlent des poissons de choix tellement convoités.

La Série Endura est bien accueillie par les utilisateurs commerciaux qui exigent à la fois robustesse, fiabilité et prix économique dans un ensemble prêt à travailler autant qu'eux.

Les bateaux à voile ont toujours été un segment important de l'industrie du bateau de plaisance au Canada, mais les bateaux pontés deviennent rapidement les préférés du secteur. Ces deux types très différents ont un point en commun: ils apprécient les hors-bords quatre-temps et à forte poussée des Yamaha en raison de leurs performances silencieuses, économiques et obtenues sans forcer. Ces dernières années, on constate une tendance claire parmi les services d'urgence: les patrouilles des Gardes-Côtes et de la police maritime achètent des

# Chantey Special

they command make it very difficult to compete against the domestic manufacturers whose low pricing strategy have allowed them to assume a dominant position in the market place. The rental shops, however, are willing to pay the premium for the Yamaha's, which offer hours of uninterrupted service and unparalleled dependability.

## Marine dealer education

Yamaha Motor Canada currently has a total network of over 600 dealers nationwide with 300-plus dealers carrying our line-up of marine products. Because of Canadians' demand for high quality, professionally serviced products, Yamaha Motor Canada has undertaken a number of initiatives aimed at ensuring that Yamaha's dealer body in Canada is perceived as the most professional and courteous in the industry.

It all begins with the dealer's initial orientation into the Yamaha family. Upon passing the rigid standards which Yamaha sets in order to become a dealer, the new dealer is immediately made to feel at home. They are called by a "New Dealer Set-Up Co-ordinator" who will guide their integration into the Yamaha world. Over the next several weeks they are contacted by the key individuals with whom they will be dealing in everyday business interactions. This helps to break the ice and ensure that all questions and concerns are answered in a quick and efficient manner. This process has increased both the degree of dealer contact with head office and the quality of that contact during the key first few months of a dealer's existence.

In conjunction with the phone orientation, the new dealers are provided with professional looking signs, a new dealer showroom set-up kit consisting of various POP materials, new dealer advertising materials, programs, parts

fiches, and any other materials necessary to begin their long-term relationship with both Yamaha and the consumers.

This process is just the beginning of the long-term commitment which Yamaha Motor Canada has with its dealer network. The goal is to provide them with the tools necessary to deliver the best service in the industry through a constantly evolving and ongoing process of education. Part of this



Promotional water shows and demo rides put on by dealers and YMCA staff are a hit with the Canadian public.

Les salons de promotion et les courses de démonstration organisés par les concessionnaires et le personnel YMCA placent au public canadien.



Fishing lodges are very popular among Canadian outdoor sports lovers.

Les pavillons de pêche sont très populaires parmi les Canadiens amateurs de sports au grand air.

hors-bords Yamaha en raison de leur réputation extrêmement solide. On préfère payer un peu plus pour des produits Yamaha à cause des véritables économies qu'ils procurent au fil des ans du fait de la réduction des réparations et des temps d'arrêt. Plus vital encore, ils savent qu'avec un Yamaha, leur hors-bord sera la dernière chose dont ils auront à se soucier en cas d'urgence.

Les véhicules nautiques et les Jet Boats forment sans doute le segment le plus chaud du marché. Ils stimulent le caractère aventureux des Canadiens. Même si les amateurs et la presse locale admettent que les véhicules nautiques Yamaha sont les meilleurs du monde, leur prix d'achat élevé rend très difficile la compétition face aux fabricants locaux dont la stratégie de baisse des prix leur a permis d'accaparer une position dominante sur le marché. Pourtant, les magasins de location sont prêts à payer le supplément pour des Yamaha qui leur offrent des heures de services ininterrompus et de fiabilité sans égale.

## Formation des concessionnaires

Yamaha Motor Canada dispose actuellement dans le pays d'un réseau de plus de 600 revendeurs dont plus de 300 se concentrent sur notre gamme de produits nautiques.

Comme les Canadiens réclament des produits de haute qualité et un service profes-

sionnel, Yamaha Motor Canada a lancé diverses initiatives, pour faire en sorte que l'ensemble des revendeurs Yamaha du Canada soit perçu comme le plus courtois et professionnel sur le marché.

Tout commence par l'acceptation initiale du concessionnaire au sein de la famille Yamaha. Après avoir surmonté les épreuves sévères définies par Yamaha pour devenir un revendeur, on fait en sorte que le nouveau candidat se sente immédiatement chez lui. Il est mis en contact avec un "Coordonnateur d'Installation de Nouveau Concessionnaire" qui dirigera son intégration dans le monde Yamaha. Au cours des quelques semaines suivantes, des contacts sont établis par les principaux personnages avec lesquels l'entreprise aura chaque jour à travailler. Ceci contribue à briser la glace et à garantir que tous les soucis et problèmes trouvent réponse d'une manière rapide et efficace. Cette méthode a accru le degré de contact du concessionnaire avec le siège social ainsi que la qualité des relations au cours des quelques premiers mois essentiels de l'existence de la nouvelle entreprise.

En parallèle à ces contacts par téléphone, les nouveaux concessionnaires reçoivent des enseignes à caractère professionnel, un kit d'installation pour salle d'exposition, comprenant divers matériaux POP, des matériaux de promotion publicitaire, des programmes, des fichiers de pièces et d'autres éléments, nécessaires pour entamer des relations à long terme à la fois avec Yamaha et la clientèle.

commitment are the service schools which run on a regular basis. These schools, taught by trained service specialists, provide the dealers with many levels of education from beginner to advanced. This allows the dealer to continually upgrade both their problem solving skills and product knowledge of both the existing and new models.

These service schools are augmented by a series of specially designed clinics aimed at key market segments within the Yamaha sales network, like the Yamaha Pro Fishing Camps. This market offers a significant opportunity for Yamaha products to display their superior quality. To maximize on this opportunity it is necessary to provide the operators of these camps and the dealers that service them with the wherewithal to be able to provide timely, accurate service. A camp operator's season is short and the demand for dependable, durable product is intense. It is imperative in these instances that the product be set-up properly and maintained effectively. To aid in this process, each year a group of sales and service representatives from Yamaha Motor Canada conduct a series of "Pro Camp Clinics" with the camp owners and key personnel. This commitment to our product and the willingness to go to such lengths to ensure that Yamaha's product continues to perform

faultlessly, is greatly appreciated by the dealers and camp owners alike. The effectiveness of our dealer network and ultimately of our own education system is tracked by means of our "Customer Satisfaction Index" (CSI). When a customer purchases a new Yamaha product they are sent a thank-you letter from our President, Tom Mabuchi, followed by a sales and service questionnaire. The information from these surveys allows us to track our progress on an ongoing basis and analyze the strengths and weaknesses in our dealer network and react by adapting our educational process to the new information.

Each year the dealers achieving the highest CSI score are presented an award and recognized for their outstanding dedication to providing Yamaha's customers with the highest quality sales and after-sales service in the industry. Our national average indicated that our dealer body as a whole has a very high customer appreciation level of 87%.

## Promotional initiatives

We at Yamaha Motor Canada are always looking for ways to increase our profile in a market place in which the competitive brands have enjoyed a much longer historical presence. The methods by which we achieve this are varied and encompass a large number of different approaches.

One of the keys to selling our product is to first get our dealers "jazzed" about Yamaha's line-up. This is accomplished, in part, through annual dealer meetings. At these meetings new product is revealed, generally to great fanfare, and seminars are presented on the new products' features and bene-



*Yamaha enthusiasts in Canada can hardly wait for the snow to melt.  
Les passionnés Yamaha du Canada peuvent à peine attendre la fonte des neiges.*



*Dealer Show awards for dealers with 20 or more years of selling Yamaha product.*

*Les prix "Dealer Show" pour concessionnaires ayant vendu les produits Yamaha pendant 20 ans ou plus.*

Cette démarche n'est qu'un début dans l'engagement à long terme que Yamaha Motor Canada établit avec son réseau de concessionnaires. L'objectif est de leur procurer les outils nécessaires pour prêter les meilleurs services du secteur par une éducation continue et en constante évolution. Une partie de cet engagement, ce sont les écoles des services, régulièrement organisées. Faisant appel à des spécialistes, ces écoles proposent aux revendeurs divers niveaux de formation. Ils peuvent ainsi améliorer sans cesse leurs compétences dans la solution des problèmes et leurs connaissances des modèles existants et nouveaux.

Ces écoles des services sont complémentées par une série de "cliniques" spéciales - tels les Yamaha Pro Fishing Camps - visant des segments particuliers du marché au sein du réseau de ventes Yamaha. Ce marché constitue une occasion excellente d'afficher les qualités supérieures des produits Yamaha. Pour optimiser ces occasions, il importe de fournir aux gérants de ces camps et aux concessionnaires qui y apportent leurs services les moyens de remplir leur tâche de façon appropriée et précise. La sai-

son d'un gérant de camp est courte et la demande pour des produits solides et fiables est intense. Dans ces conditions, il est capital que les produits soient correctement réglés et entretenus efficacement. Pour soutenir cet effort, un groupe de représentants des ventes et des services de Yamaha Motor Canada organise chaque année une série de "Pro Camp Clinics" avec les propriétaires et le personnel des camps. Cet engagement dans nos produits et la volonté d'aller jusque là pour garantir que les articles Yamaha continuent de fonctionner sans faillir sont hautement appréciés par les concessionnaires et les propriétaires des camps.

L'efficacité de notre réseau de concessionnaires et de notre propre système d'éducation est surveillée par notre "Indice de Satisfaction Client" (CSI). Quand un client achète un nouveau produit Yamaha, il reçoit une lettre de remerciement de notre Président Tom Mabuchi, accompagnée d'un questionnaire sur les ventes et les services. Les données de ces enquêtes nous permettent de suivre nos progrès d'une façon continue et d'analyser les points forts et faibles de notre réseau, de manière à

# Chantey Special

fits. The general tone of the meeting has for the past several years been that of an educational business meeting.

The second key to increasing our profile is our participation in the marine and marine product related shows aimed at the Canadian consumer. The main shows include the Annual Toronto International Boat Show which attracts in excess of 60,000 visitors annually and the Montreal and Vancouver boat shows which would produce an additional 50,000 customers. Many other large and small shows are attended annually by both Yamaha head office staff or by our dealers individually, giving us the opportunity to get the first hand customer contact which is invaluable in developing our sales and marketing plans.

Because of the competitive nature of our products and the loyalty that our customers tend to show, the marketing of our product through competition

is a key aspect of our brand awareness approach.

The sponsorship of professional and amateur participants in contests of skill allow us to further enhance our reach while at the same time gaining valuable product knowledge. Such diverse but carefully considered sponsorship arrangements as with professional and amateur Water Vehicle racers and Pro Fishermen allow us to bring Yamaha technological advantages and our renowned reliability and durability to the fore. One such example is the relationship which Yamaha has with Charlie Wray. Charlie is not only a well known professional fisherman but also hosts one of the top rated fishing and outdoors shows in Canada, "Fishful Thinking". Charlie is a willing contributor to our fan newsletter and participates in our consumer shows, further enhancing the strength of our brand image.

Because of the presence of competitive brands in some of our dealer's showrooms it is imperative that Yamaha be able to create a very strong image on the consumer walking into the store for the first time. This is accomplished in part through the use of strong, brand oriented marketing materials. Such staples as large format banners, vinyl window clings, hang tags, posters etc., allow a dealer to create a Yamaha ambiance in a showroom despite the presence of competitive product. The most important factor to the success of all marketing materials is that they be interesting, aid sales and make a strong first impression on the customer as they enter the shop.

Aside from the materials sent to the dealer for display, a program has been initiated that allows the dealer to purchase POP materials from a menu of



*Yamaha outboard booth before the start of the Toronto International Boat Show.  
Stand de hors-bords Yamaha avant l'ouverture du Salon International du Bateau à Toronto*



*Yamaha employee and Pro Class racer Bill Farkas putting in the extra effort necessary to succeed.  
Employé Yamaha et Bill Farkas, un coureur de classe professionnelle, accomplissant l'effort nécessaire à la victoire*

réagir en adaptant notre processus de formation en fonction de ces nouvelles informations.

Chaque année, les concessionnaires obtenant le plus haut score CSI reçoivent un prix et ils sont félicités pour leur remarquable consécration à fournir aux clients Yamaha les ventes et les services après-vente de la plus haute qualité. Notre moyenne nationale indique qu'en général notre réseau de concessionnaires bénéficie d'un très haut niveau d'appréciation - 87% - auprès de la clientèle.

## Initiatives de promotion

Tout le personnel de Yamaha Motor Canada est constamment à la recherche des moyens de renforcer notre position sur un marché où les marques concurrentes jouissent d'une présence bien plus longue. Les méthodes utilisées pour y parvenir sont variées et elles comportent plusieurs approches différentes.

Une des clés pour vendre nos produits, c'est avant tout que nos concessionnaires "jasent" à propos de la gamme Yamaha. On y parvient, en partie, par leurs réunions annuelles. Lors de ces rencontres, les nouveaux produits sont dévoilés, habituellement en grande pompe, et des séminaires sont organisés pour souligner leurs caractéristiques et leurs avantages. Au cours des quelques dernières années, ces réunions ont pris, dans



*Yamaha Wave Runner booth and accessories set-up for the Toronto Boat Show.  
Stand Wave Runner et disposition d'accessoires Yamaha pour le Salon du Bateau à Toronto*

l'ensemble, une tournée éducative.

Un second élément pour accentuer notre présence, c'est notre participation aux salons, consacrés aux produits nautiques et destinés aux clients canadiens. Le principal d'entre eux est le Salon International du Bateau à Toronto qui, chaque année, attire plus de 60,000 visiteurs, ainsi que les salons du bateau de Montréal et Vancouver qui intéressent quelque 50,000 clients. Par ailleurs, le personnel de notre siège ou de nos concessionnaires participe à bien d'autres salons - petits et grands - qui nous donnent l'occasion d'entrer directement en contact avec les clients; ce sont là des moments irremplaçables dans notre stratégie de ventes et de marketing.

En raison de la nature compétitive de nos produits et de la loyauté que nos clients tendent à manifester, le marketing par la compétition est un aspect central de notre approche pour faire prendre conscience de la marque Yamaha.

Le parrainage de participants professionnels et amateurs dans des concours nous permet d'intensifier notre portée, tout en acquérant de précieuses connaissances sur les produits. Des arrangements de parrainage variés et soigneusement étudiés, comme pour les concurrents professionnels et amateurs sur véhicules nautiques ou pour pêcheurs professionnels, sont pour nous l'occasion de mettre en valeur les avantages techniques, la fiabilité et la durabilité proverbiales des produits Yamaha. Un exemple en ce sens est la relation, établie entre Yamaha et Charlie Wray. Pêcheur professionnel bien connu, Charlie dirige aussi "Fishful Thinking", un des meilleurs shows sur la pêche et les activités en plein air. Charlie apporte aussi sa contribution à notre lettre des fans et il participe à nos salons du consommateur, ce qui renforce encore la puissance de notre image de marque.

Du fait de la présence de marques concurrentes dans les salles d'exposition de certains de nos concessionnaires, il est capital que Yamaha puisse créer - dès le premier abord - une très forte impression sur le visiteur. En partie, ceci est obtenu par l'emploi de puissants matériaux publicitaires. A cet égard, citons des fanions de grandes

available options. This allows the dealers to customize their shops to suit their regional requirements. It also gives the dealer the flexibility to order product to coincide with key events or sales periods specific to his own store.

## Innovative industry-leading sales tools

Yamaha Motor Canada's commitment does not end at the promotions. Once inside the dealership, the customers are enticed to buy Yamaha because of the innovative, easy to use purchasing options made available to them. Over the past several months we led the way with a number of industry-first

purchasing options aimed at helping our dealers close the sale. The creation of POWER LEASE and POWER LOAN have provided the dealer with two new methods of closing the sale. The advantages of both systems is that they allow the customer to pay for the product over a number of years. All the paperwork is entered into a state of the art computer software program which provides the dealer with the approval within minutes. This ability to offer the customer more ways to pay and the ability to pay for his Yamaha product on a monthly basis is an excellent sales tool to help compensate for the premium price which the Yamaha products command.

## Conclusion

The reason for Yamaha's popularity in Canada continues to be the strength of our dealers and Yamaha's strong line-up of marine products. Our dealers are selected because they represent the elite candidates and continue to be dealers because of their unending dedication to their customers. It is essential that we represent the product in an equally professional manner.

Canadian's from sea to shining sea have embraced Yamaha's outboards and Water Vehicles, and the love affair that began back in 1982 and which is now entering its 15th season, is sure to be as enduring as the quality of the product which has created this indelible bond between Canadian's and Yamaha.

*From Andrew Gray, Yamaha Motor Canada.*



**Yamaha sponsored Pro Fisherman and Host of the TV Show "Fishful Thinking," Charlie Wray.**  
*Charlie Wray, pêcheur professionnel sponsorisé par Yamaha et hôte du Show télévisé "Fishful Thinking"*



**Mike Edward of Inland Inflatable in his Toronto Showroom.**  
*Mike Edward, de Inland Inflatable et sa salle d'exposition à Toronto*



**Bob & Jan Cole of Port Boat House and Yamaha Motor Canada President Tom Mabuchi.**  
*Bob & Jan Cole de Port Boat House et Tom Mabuchi, le président de Yamaha Motor Canada*

**Sudbury Cycle dealership's indoor showroom.**  
*Le concessionnaire Sudbury Cycle et la salle d'exposition intérieure*



dimensions, des enseignes en vinyle pour fenêtres, des affiches, supports, etc., qui permettent de créer un cachet Yamaha malgré le voisinage d'articles concurrents. L'élément le plus décisif pour le succès des matériaux de promotion sera toujours qu'ils soient intéressants et qu'ils fassent une forte impression sur le client lors de sa première entrée dans la salle d'exposition.

En plus des matériaux d'exposition fournis au concessionnaire, un programme a été instauré qui permet à ce dernier de faire son choix et d'acheter des matériaux POP parmi les options disponibles. Ceci donne au revendeur la possibilité de personnaliser son installation selon les besoins de sa région. Il dispose aussi de la faculté de commander les articles pour qu'ils coincident avec des manifestations ou des périodes de ventes adaptées à son magasin.

## Outils de vente originaux et de pointe

La consécration de Yamaha Motor Canada ne se limite pas aux promotions. Entré chez un concessionnaire, un client potentiel est incité à acheter Yamaha, grâce à des options novatrices et faciles d'emploi, mises à sa disposition.

Ces derniers mois, nous avons ouvert la voie par une série d'innovations à l'achat, visant à faciliter la conclusion d'un marché. La création de POWER LEASE et POWER LOAN donne au concessionnaire deux nouvelles méthodes pour sceller une vente. L'avantage des deux systèmes est qu'ils permettent au client d'étailler le paiement du produit sur plusieurs années. Tout le travail administratif est assuré par

un excellent programme informatique qui, en quelques minutes, achève les opérations. Cette capacité de proposer au client davantage de moyens de payer et la possibilité de rembourser l'achat par mensualités sont un excellent outil de vente qui devrait compenser la différence de prix qui affecte les produits Yamaha.

## Conclusion

La raison de la popularité de Yamaha au Canada reste la solidité de nos concessionnaires et la remarquable gamme des produits nautiques Yamaha. Nos concessionnaires sont choisis parce qu'ils sont des candidats d'élite et ils restent avec nous en raison de leur consécration continue à leur clientèle. Il est essentiel que nos produits soient présentés d'une façon tout aussi professionnelle.

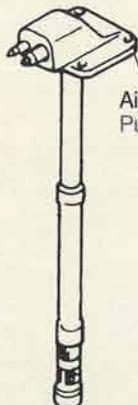
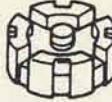
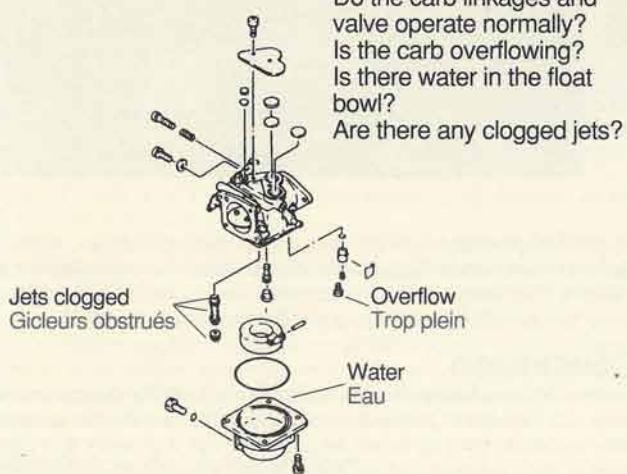
Sur les mers du levant comme du ponant, les Canadiens ont accueilli les hors-bords et véhicules nautiques de Yamaha. Commencée en 1982 et entrée dans sa 15e saison, cette relation particulière saura résister à l'épreuve du temps, tout comme la qualité des produits à la base de ces liens indestructibles entre Yamaha et les Canadiens.

*De Andrew Gray, Yamaha Motor Canada*

**Troubleshooting: Fuel System****Part 3 - THE TROUBLE-SHOOTER****When an engine doesn't start**

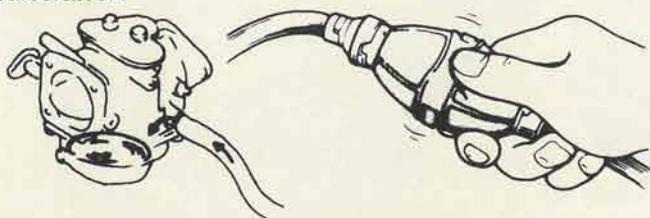
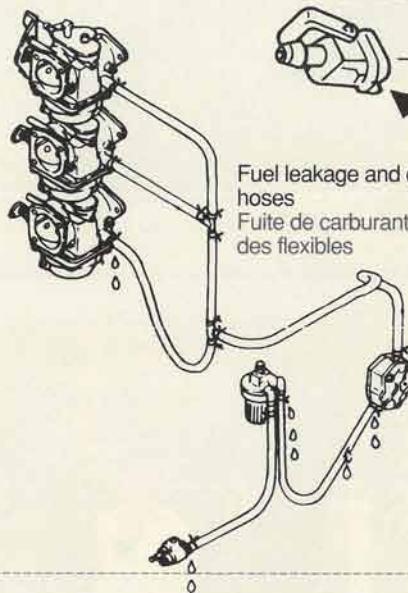
Is there fuel in the tanks?

Y a-t-il du carburant dans le réservoir?

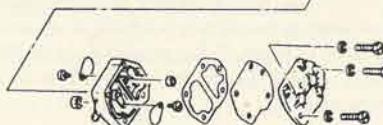
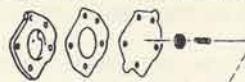
Fuel in the tank  
Carburant dans le réservoirDeterioration or dirt accumulation  
Déterioration ou accumulation de saletéFuel filter  
Filtre de carburantFuel tank air vent valve  
Purgeur d'air du réservoir de carburantAir vent valve  
Purgeur d'airDo the carb linkages and valve operate normally?  
Is the carb overflowing?  
Is there water in the float bowl?  
Are there any clogged jets?**Dépannage: Circuit de carburant****3e partie - LE GUIDE DE DÉPANNAGE****Si le moteur ne démarre pas**

Does fuel reach the carb?

Le carburant arrive-t-il au carburateur?

Priming pump  
Pompe d'amochageFuel joints  
Joints de carburantFuel leakage and connection of hoses  
Fuite de carburant et connexion des flexiblesLes timoneries et soupape de carburateur fonctionnent-elles normalement?  
Le carburateur déborde-t-il?  
Y a-t-il de l'eau dans la cuve à niveau constant?  
Un gicleur est-il obstrué?Does the fuel pump function correctly?  
La pompe à carburant fonctionne-t-elle correctement?

Fuel pump Pompe à carburant

Please write to me with any questions about service.  
N'hésitez pas à m'écrire si vous avez des questions sur le service.Dr. Miyamoto  
Chantey Editorial Room  
AD. Dept. PR Division  
Yamaha Motor Co., Ltd.  
2500, Shingai, Iwata, Shizuoka, 438, Japan

# News Round-up

## NIGERIA

## NIGERIA

### Celebrating 25th dealer gathering

The Almarine 1996 Dealers Conference on May 29, 1996, marked the 25th holding in this long-running series. Attended by numerous dignitaries including representatives from Almarine's parent company, JOHN HOLT PLC, Yamaha Motor Japan and some 49 dealers from across the country, the conference agenda included a dealers' forum, workshops and the awarding of prizes to deserving dealers.

For Nigeria's Yamaha importer, **Almarine**, this conference also provides an important opportunity to exchange information with the dealers on vital subjects like product performance, market information and developing ways of expanding the market to new heights. One of the highlights of this year's meeting was the signing of a pledge by the dealers to use only genuine Yamaha outboard engines and parts.

*From A.A. Opara of Almarine, Nigeria*

### La 25e réunion des concessionnaires

Le 29 mai 1996, la Conférence des Concessionnaires Almarine 1996 a marqué la 25e édition de cette longue série.

Elle réunissait de nombreux dignitaires, notamment des représentants de **JOHN HOLT PLC**, Yamaha Motor Japan la compagnie mère d'Almarine, et quelque 49 concessionnaires de tout le pays. L'agenda de la conférence comprenait un forum des concessionnaires, des réunions de travail et la remise de prix aux concessionnaires méritants. Pour **Almarine**, l'importateur Yamaha au Nigéria, cette conférence est aussi l'occasion d'échanger des informations avec les concessionnaires sur des thèmes essentiels, tels que les performances des produits, le marché et la mise au point de méthodes pour élargir le marché vers de nouveaux sommets.

Un des points forts de la réunion de cette année a été l'engagement signé des concessionnaires de n'utiliser que des moteurs et des pièces de hors-bords Yamaha d'origine.

*De A.A. Opara de Almarine, Nigéria*



A TNC team at work in the Solomon Islands with Yamaha boat and outboard.  
Une équipe TNC au travail dans les îles solomon avec bateau et hors-bord Yamaha

## USA

## ETATS-UNIS

### The Nature Conservancy in the Pacific

The Asian Pacific region is the global center for marine diversity, and Yamaha boats and equipment are often used to meet the area's lifestyle, tourism and industrial transportation needs. However, in these countries where millions of people depend on marine resources for both food and income, destructive fishing practices, over harvesting, and unsustainable development, pose serious threats to biodiversity and threaten to deplete the region's valuable marine resources and forests.

**The Nature Conservancy (TNC)** is a U.S.-based environmental NGO with a worldwide membership of 900,000 that preserves plants, animals and natural communities by protecting the lands and waters they need to survive. TNC is working hard in countries such as Papua New Guinea, Indonesia, Palau, Ponape and the Solomon Islands to protect vital marine resources and forests by increasing environmental awareness and encouraging public- and private-sector support for conservation programs. TNC is working closely with government, business and NGO partners to protect the biologically important reefs and forests that Yamaha users have grown to appreciate so much.

*From Robert J. Carraro, Japan Program Coordinator, TNC*

### "The Nature Conservancy" dans le Pacifique Etats-Unis

Le bassin Asie-Pacifique est le centre de la diversité marine du monde où les bateaux et équipements Yamaha sont souvent en service pour répondre aux besoins des modes de vie variés, du tourisme et du transport industriel de la région. Cependant, dans ces pays où des millions de personnes dépendent des ressources marines pour leur alimentation et leurs revenus, des pratiques de pêche destructrices, des prises excessives et un développement insoutenable constituent des menaces sérieuses pour la biodiversité et ils risquent d'épuiser les précieuses ressources marines et les forêts de la région.

**The Nature Conservancy (TNC)** est une ONG écologique basée aux Etats-Unis. Dans le monde, elle compte 900.000 membres qui préparent les plantes, animaux et milieux naturels en protégeant les terres et les eaux nécessaires à leur survie. TNC travaille activement dans des pays comme la Papouasie Nouvelle Guinée, l'Indonésie, Palau, Ponape ou les îles Solomon, afin de protéger les indispensables ressources marines et les forêts, en intensifiant la prise de conscience à l'égard de l'environnement et en encourageant l'appui des secteurs public et privé aux programmes de préservation. TNC travaille en contact étroit avec des partenaires des gouvernements, du monde des affaires et des ONG, afin de protéger les récifs et forêts importants au plan biologique, des zones que les utilisateurs Yamaha ont appris à apprécier.

*De Robert J. Carraro, Coordinateur de Programme au Japon, TNC*

## FRANCE

### MBK takes on the world

On July 1, 1996 a ceremony was held at Yamaha's French subsidiary, **MBK Industrie**, in St. Quentin, to celebrate the start of 6 and 8hp Yamaha outboard motor production aimed at the world export market. Production of these world-market outboards was formerly handled by Sanshin Industries Co., Ltd., Yamaha's marine engine manufacturer in Japan, and the shift to MBK marks another big step in Yamaha's ongoing globalization program.

MBK, which has manufactured Yamaha brand outboards for the European market since 1988, will now be exporting 6 and 8hp outboards to 45 major markets around the world, including the U.S., Canada, Brazil and South Africa.



## FRANCE

### MBK s'attaque au monde

Le 1er juillet 1996, une cérémonie a eu lieu à Saint-Quentin chez **MBK Industrie**, la filiale française de Yamaha, afin de célébrer le lancement de la production de moteurs hors-bords Yamaha de 6 et 8 CV, destiné au marché de l'exportation. La production de ces hors-bords pour le marché mondial était assurée auparavant par Sanshin Industries Co., Ltd., le fabricant des moteurs marins Yamaha au Japon. Ce passage vers MBK constitue une autre grande étape dans le programme de globalisation, entrepris par Yamaha.

MBK, qui a fabriqué des hors-bords de la marque Yamaha depuis 1988, va désormais exporter les hors-bords de 6 et 8 CV vers 45 marchés importants, tels que les Etats-Unis, le Canada, le Brésil et l'Afrique du Sud.

# Building a genuine brand image Affermir une vraie image de marque

## VENEZUELA

Venezuelan Yamaha importer Mercantil Yamaha C.A. is now in the midst of an aggressive nationwide campaign using leaflets and radio advertisements to build awareness of the benefits of using genuine spare parts on their Yamaha outboard motors. Mercantil Yamaha Sales Manager, Moises Serfaty, says the campaign's goal is to eliminate non-genuine parts use. The photo shows a pamphlet recommending the use of genuine parts.

Another thing Mercantil is aggressively promoting is sports. "Through a comprehensive program that stresses both the traditions of fishermen and sports, Mercantil Yamaha supplies the fishing communities with equipment for softball teams. With activities like this that we pursue on a nationwide basis, we want to show our support for the fishing communities," says Serfaty.

*From Moises Serfaty, Mercantil Yamaha C.A., Venezuela*

## VENEZUELA



Team manager, Jaime Buenopueis (far left in front row) and the lovely team supporter, Yosi Stoibueno.

*Photo:Jaime Buenopueis, directeur d'équipe (à gauche au premier rang) et Yosi Stoibueno, l'adorable fan de l'équipe.*

**Mercantil Yamaha C.A.**, l'importateur Yamaha au Venezuela, a lancé une solide campagne nationale, faisant appel à des brochures et des annonces radio, afin de sensibiliser les utilisateurs aux avantages de l'emploi de pièces de rechange d'origine pour leurs moteurs hors-bords Yamaha. **Moises Serfaty**, le Directeur des ventes de Mercantil Yamaha, souligne que l'objectif de la campagne est d'éliminer l'emploi de pièces imitées. La photo présente une brochure recommandant l'emploi de pièces d'origine.

Mercantil se concentre aussi avec agressivité à promouvoir les sports. "Grâce à un programme d'ensemble soulignant les traditions des pêcheurs et les sports, Mercantil Yamaha fournit aux communautés piscicoles des équipements pour des équipes de softball. Par des activités de ce genre, orchestrées à l'échelle nationale, nous voulons exprimer notre appui aux communautés de pêcheurs" explique M. Serfaty.

*De Moises Serfaty, Mercantil Yamaha C.A., Venezuela*

## ECUADOR

Yamaha marine importer Almacenes Juan Eljuri c. Ltda., with assistance from the international organization Programa de Cooperacion Tecnica Para La Pesca Union Europea Vecep Ala 92/43 recently conducted courses aimed at increasing fishermen's knowledge of outboard motors at three locations, San Pablo, Palmar and Puerto de Canduy. In recognition of this valuable contribution to the local fishing community, the organization presented Almacenes a certificate of appreciation this March.

That same month, in the marine sports field, Almacenes salesman, **Jorge Tenorio** gave the Yamaha brand a big image boost by winning the overall title in the big Guayaquil-Vinces boat race. Won with a 25hp outboard supplied by Yamaha, Jorge's victory got big coverage in the local press.

*From Juan Doumet Almacenes Juan Eljuri c. Ltda, Ecuador*

## EQUATEUR



**Almacenes Juan Eljuri c. Ltda.**, l'importateur d'équipements nautiques Yamaha, avec l'aide de l'organisation internationale **Programma de Cooperacion Tecnica Para La Pesca Union Europea Vecep Ala 92/43**, a organisé récemment en trois endroits (San Pablo, Palmar et Puerto de Canduy) des cours, visant à approfondir les connaissances des pêcheurs en moteurs hors-bord. En reconnaissance de cette précieuse contribution à la communauté locale des pêcheurs, l'organisation a remis en mars dernier à Almacenes un certificat d'appréciation.

Le même mois, dans le domaine des sports nautiques, **Jorge Tenorio**, un vendeur d'Almacenes, a fortement amélioré l'image de marque Yamaha en remportant le titre général dans la grande course de bateaux Guayaquil - Vinces. Acquise avec un hors-bord de 25 CV fourni par Yamaha, la victoire de Jorge a été largement commentée dans la presse locale.

*De Juan Doumet, Almacenes Juan Eljuri c. Ltda, Ecuador*

## NEW ZEALAND

### Making big waves

Talk about "power" boating! New Zealand Yamaha importer **Moller Yamaha** recently launched a 68 ft. motor yacht powered by four ME420STi Yamaha marine diesel engines! With Yamaha marine diesels starting to make waves in an increasing number of world markets, this boat may well make the biggest wake of all!



*From Greg Fenwick of Moller Yamaha, New Zealand*

## NOUVELLE ZELANDE

### Avec retentissement

A propos de "puissants" bateaux, **Moller Yamaha** l'importateur Yamaha en Nouvelle Zélande vient de lancer un yacht à moteur de 68 pieds, actionné par quatre moteurs diesel marins Yamaha du modèle ME420STi ! Alors que les diesels marins de Yamaha commencent à faire des vagues sur un nombre croissant de marchés du monde, ce bateau se tracera sans doute un beau sillage !

*De Greg Fenwick, de Moller Yamaha, Nouvelle Zélande*

## CANADA

### Unsinkable? Unstoppable, YES!

Canadian Yamaha dealer Mars Marina's owner, **Peter White**, continues to be amazed at the durability of Yamaha outboards, even when they have been under water three times.

On three separate occasions this 1991 30ELR has had the misfortune of being totally submerged under water by customers. But in each case, with just a set of spark plugs and a chance to dry out, the reliable Yamaha has started right away. Peter explains, "Everyone who I tell this to is amazed. This is the utility boat/motor combination we use for our work and not something that gets used just once a year. It is the unit that I show to customers to prove the quietness and durability of Yamaha outboards first hand".



*From Andrew Gray of Yamaha Motor Canada*

# News Round-up

## PERU

### Taking service to the villages

Yamaha's Peruvian marine distributor, MAVILA HNOS, S.A., is taking its 1996 Service Campaign to 91 locations around the country. This campaign offers Yamaha outboard owners free inspections and, plug and gear oil changes. There are many fishing grounds spread along the Peruvian coast and the fishermen who work them are very appreciative of this free inspection service. The photo is from Parachique, one of the fishing villages this year's campaign visited near the Ecuadorian border on June 7. On this day alone, 12 Yamaha outboard owners received free inspections.

Traveling with a fully equipped service truck, the mechanic and sales manager from MAVILA's home office in Lima were on the road a full month visiting fishing towns like this.

*From Ing. Elias Jiménez D., Mavila Hnos, S.A., Peru*



### Fournir des services dans les villages

MAVILA HNOS, S.A., le distributeur péruvien des produits nautiques Yamaha, a fait porter sa Campagne de Service 1996 en 91 endroits du pays. Cette initiative procure aux propriétaires de hors-bords Yamaha des inspections gratuites et le changement de bougies et graisse pour engrenages.. De nombreux terrains de pêche sont disséminés le long de la côte du Pérou et les pêcheurs qui y travaillent apprécient beaucoup ce service d'inspection gratuit. La photo provient de Parachique, un des villages de pêche visités, le 7 juin, près de la frontière avec l'Équateur au cours de la campagne de cette année. Rien que ce jour-là, 12 propriétaires d'un hors-bord Yamaha ont reçu des inspections gratuites.

A bord d'un camion de service parfaitement équipé, les directeurs de la mécanique et des ventes du siège de MAVILA à Lima ont consacré un mois entier à visiter ainsi des villages de pêche.

*De Ing. Elias Jiménez D., Mavila Hnos S.A., Perú.*

## CANADA

### Insubmersible? Increvable, Oui!

Peter White, propriétaire de Mars Marina et concessionnaire Yamaha au Canada, ne cesse d'être ébahi par la durabilité des hors-bords Yamaha, même après avoir été trois fois sous l'eau. A trois occasions séparées, ce 30ELR de 1991 a eu l'infortune d'être complètement immergé par des clients. Mais dans chaque cas, moyennant un simple jeu de nouvelles bougies et l'occasion de s'ébrouer, le Yamaha fiable est aussitôt reparti.

Explications de Peter: "Quiconque à qui je raconte ceci est stupéfait. Il s'agit du combiné bateau/moteur que nous utilisons pour le travail et pas quelque chose qu'on emploie une fois ou deux par an. C'est l'ensemble que je montre aux clients pour leur prouver concrètement le silence et la durabilité des hors-bords Yamaha."

*De Andrew Gray de Yamaha Motor Canada*

## PERU

### At the media helm

### Au gouvernail des média

World's leading boating magazines and their chief editors

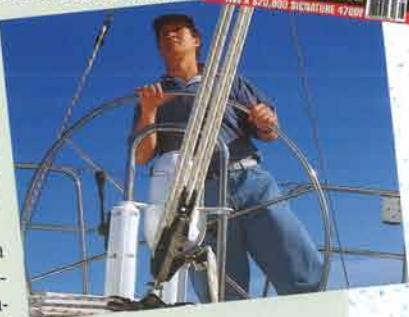
#### MODERN BOATING (AUSTRALIA)

**Editor in chief:** Mark Rothfield

Launched in 1965, Modern Boating is Australia's premier nautical magazine covering both power boating and sailing. Our editorial commitment is to give readers complete and unbiased coverage of boating, including in-depth boat tests, travel features and practical advice on seamanship, electronics, engines and rigging.

In Australia, the boating industry is commonly regarded as a barometer of the economy as a whole, and if this year's Australian Boat of the Year contest which we judge is any indication, the record number of new domestic and imported boats this time are a good indication that the industry is on the upswing. Many of the boats released recently are max-sized trailable fishing boats, and twin outboards are becoming popular as fishermen explore fishing grounds farther afield.

In Australia, no single maker is dominant, but Yamaha outboards are coveted for their user-friendliness, quality finish and performance. From our standpoint, the ideal outboard would be a perfect mix of a non-polluting, quiet and fuel-efficient 4-stroke with the performance, price and weight of a 2-stroke. Every Yamaha product I have encountered has looked attractive, been beautifully manufactured, easy to oper-



### Les principales revues mondiales du bateau et leurs rédacteurs en chef

#### MODERN BOATING (Australia)

**Rédacteur en chef:** Mark Rothfield

Lancé en 1965, Modern Boating est la principale revue nautique d'Australie, traitant à la fois du bateau à moteur et de la voile. La volonté de la rédaction est de fournir aux lecteurs une couverture complète et impartiale de ce qui touche aux bateaux, notamment des tests approfondis, des caractéristiques et des conseils pratiques sur leur manœuvre, électronique, moteur et gréement.

En Australie, l'industrie du bateau est habituellement considérée comme un baromètre de l'économie dans son ensemble et si le concours "Australian Boat of the Year" que nous avons jugé cette année peut servir d'indicatif, le nombre record de nouveaux bateaux australiens et importés cette fois est une bonne indication de la courbe ascendante de l'industrie. Beaucoup de bateaux dévoilés récemment sont des bateaux de pêche remorquables et de grandes dimensions, tandis que les hors-bords jumelés deviennent populaires, du fait que les pêcheurs vont explorer des terrains de pêche plus au large.

Aucun fabricant particulier n'est prédominant en Australie, mais les hors-bords Yamaha sont convoités pour leur convivialité, leur finition de qualité et leurs performances. De notre point de vue, le hors-bord idéal serait l'association parfaite d'un 4-temps silencieux, économique et non polluant avec les performances, le prix et le poids d'un 2-temps. Chaque produit Yamaha que j'ai rencontré m'a semblé attrayant, joliment fabriqué, facile d'emploi et performant. Je n'hésite nullement à les recommander à nos lecteurs.

## CHILE

## CHILI

### Paper power!

While serving a 20-year prison term, inmate Hugo Elgueta, nicknamed "El Charro Dorteo," had plenty of time on his hands. Rather than wasting that valuable time he put his imagination to work and invented a method for making boats entirely out of paper.

With the cooperation of the local Yamaha distributor, IMPORTADORA AGRARIA S.A., who lent him a 5hp Yamaha outboard, Hugo got to try out his invention on a fair day recently on the cold waters of the Strait of Magellan at the southern tip of the South American continent.

To commemorate the successful maiden voyage of the "Rehabilitacion," plans have been made to have it registered in the Guinness Book of World Records.

*From John Gibbons M., Importadora Agraria S.A., Chile*

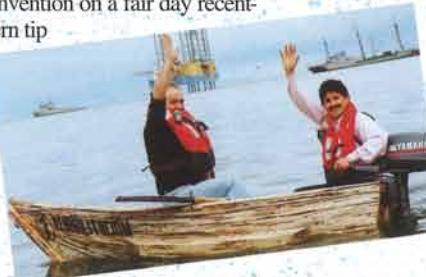
### La puissance du papier

Condamné à 20 ans de rétention, le prisonnier Hugo Elgueta, surnommé "El Charro Dorteo", avait bien du temps libre.

Plutôt que de gaspiller ses heures précieuses, il mit en action sa matière grise et inventa une méthode pour fabriquer des bateaux entièrement en papier.

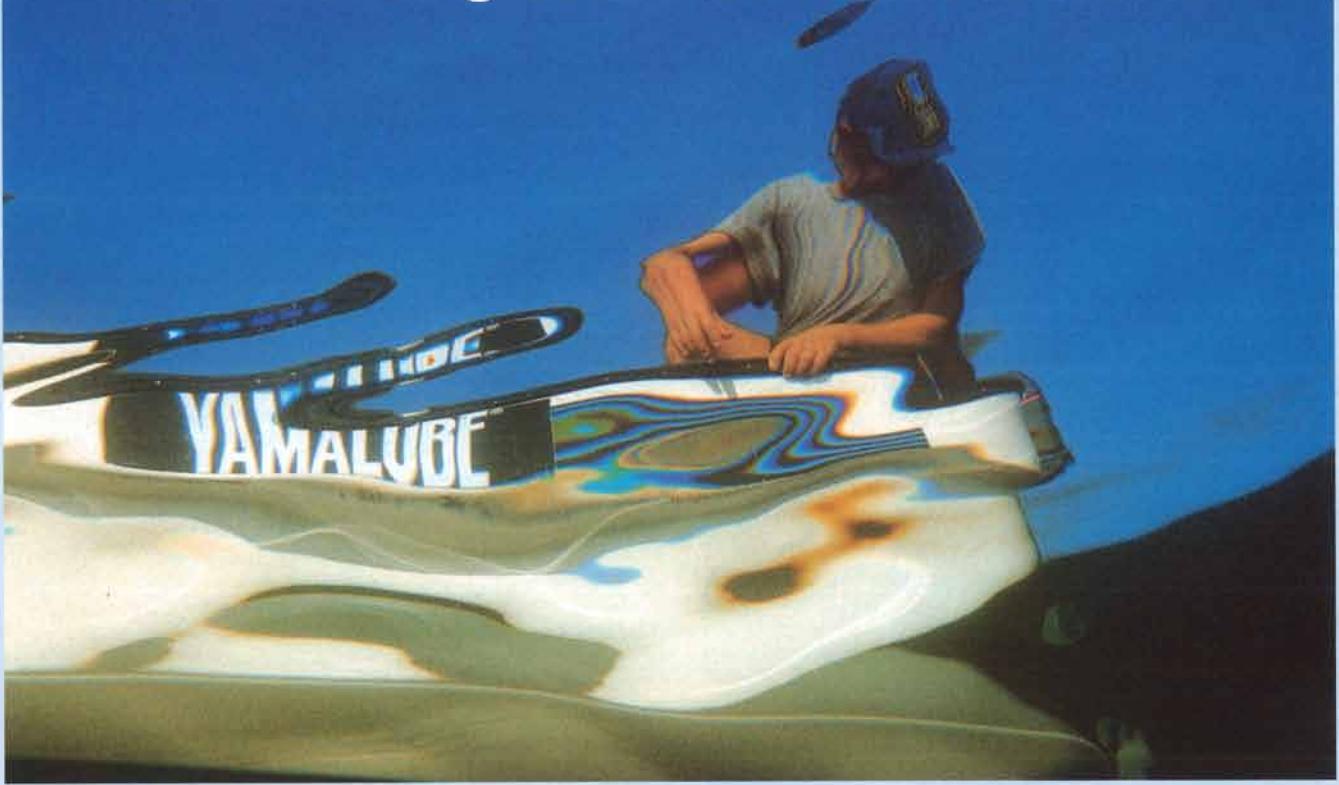
Avec la collaboration du distributeur Yamaha local, IMPORTADORA AGRARIA S.A., qui lui prête un hors-bord Yamaha de 5 CV, Hugo eut récemment l'occasion d'essayer son invention par beau temps sur les eaux froides du Détroit de Magellan à l'extrême méridionale du continent sud-américain. Pour commémorer la réussite du voyage initial du "Rehabilitacion", on projette de le faire enregistrer dans le Guinness Book des Records.

*De John Gibbons M., Importadora Agraria S.A., Chili*



## Good Show! YAMAHA Beau Spectacle! YAMAHA

### Supporting coral reef management Soutien à la gestion des récifs de corail



In February 1996, following concern over the state of Oman's coral reefs, the Ministry of Regional Municipalities and Environment commissioned a detailed survey to assess their condition and their natural and human threats.

A team of five divers was assembled to undertake the survey in five main regions with substantial coral reef development. Over 80 survey sites had to be covered in 50 diving days in some of the most remote coastal areas of Oman, so reliability was essential in all the equipment, from the camera gear to the boats and engines. In a sponsorship deal which included high-turnover spare parts and lubricants, the team settled on a Yamaha 18-ft. fiber glass boat fitted with a Yamaha 30hp Enduro engine supplied by OHI MARINE LLC., a combination which proved very successful. Launching from soft beaches was easy, starting was swift and all the sites were successfully surveyed within the deadline thanks to the reliable Yamaha equipment.

*From Uday B Naik, OHI MARINE LLC., Oman*

Préoccupé de l'état des récifs coralliens d'Oman, le Ministère des Municipalités Régionales et de l'Environnement a ordonné une enquête en février 1996, afin d'évaluer leur situation et les menaces que font peser la nature et l'homme.

Une équipe de cinq plongeurs a été mise sur pied pour entreprendre l'enquête en cinq régions, présentant des développements considérables en récifs de corail. Plus de 80 sites devaient être examinés en 50 jours de plongée dans certaines des régions côtières les plus reculées d'Oman et, par conséquent, la fiabilité était essentielle pour tous les équipements, allant des caméras aux bateaux et à leurs moteurs.

Dans une affaire qui supposait des remplacements rapides de pièces de rechange et de lubrifiants, l'équipe sélectionna un bateau Yamaha de 18 pieds en fibre de verre, équipé d'un moteur Yamaha Enduro de 30 CV, fourni par OHI MARINE LLC., une association qui s'avéra très heureuse. Le départ des plages a été facile, la mise en marche instantanée et tous les sites ont pu être explorés dans les délais, grâce aux équipements fiables de Yamaha.

*De Uday B Naik, OHI MARINE LLC., Oman*

#### From the chief editor

The release of the '97 Water Vehicles is just around the corner. It's always a tense and exciting moment when new models are first released on the market. The engineers who worked long and hard on their development are already at work on the next product. Like the changing of the seasons, the job of coming up with new ideas to publicize these great new products never loses its fascination for me.

**Tackle Fujimura**  
Chief editor of Chantey



#### Un mot du rédacteur en chef

Le lancement sur le marché des Véhicules Nautiques '97 approche à vue d'oeil. Le lancement d'un nouveau modèle est toujours un moment plein d'émotion. Les ingénieurs qui ont travaillé pendant de longs mois sur ce projet en ont déjà commencé un autre. Comme le déroulement des saisons, la recherche d'idées toujours nouvelles pour commercialiser ces nouveaux produits n'a jamais perdu sa fascination sur moi.

**Tackle Fujimura**

Rédacteur en chef de Chantey